

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

A humanidade é a síntese do que não é percebido

O tempo passa e aquilo que um dia foi revolucionário se torna banal corriqueiro

Vivemos cercados por soluções técnicas que silenciosamente transformaram nossa realidade

Hoje somos sete bilhões de pessoas e temos experimentado avanços tecnológicos sem precedentes

Nessa sociedade cada vez mais urbana as embalagens, hoje quase um símbolo da vida moderna, estão por toda parte

Na verdade vem sendo usadas há milhares de anos para fracionar, proteger e distribuir produtos de toda natureza

Nos tornamos tão dependentes de suas funções que hoje é quase impossível imaginar nossa vida sem elas

Como as embalagens influenciaram nossa cultura, sociedade e economia?

Quais foram as descobertas no passado que viabilizaram enormes avanços sociais?

E ao mesmo tempo quais os desafios do presente e do futuro para um consumo mais sustentável?

A primeira função da embalagem aconteceu com o surgimento da agricultura, no início do processo de civilização e as colheitas precisavam ser estocadas.

Elas precisavam ser protegidas da umidade, dos insetos dos roedores.

Nós temos exemplos de grandes vasos de estocagem de alimentos de seis, sete mil anos atrás

São as primeiras embalagens que tiveram função de embalar, de conter e proteger o conteúdo.

Conforme a sociedade se urbanizou, a embalagem precisou incorporar uma nova função que é a função de transporte, porque os alimentos eram produzidos no campo e tinham que ser trazidos e circular pela cidade.

Barcos fenícios que afundaram no mediterrâneo foram encontrados cheios de ânforas de vinho. Há 3000 anos atrás essas ânforas já tinham a marca do mercador que garantia a qualidade do vinho.

Podemos então dizer: a embalagem foi utilizada como uma forma de comunicar-se. E nesta comunicação dizer o seguinte " aqui está um produto que tem a minha garantia, você pode confiar nele.

A embalagem, por tanto, desde o principio serve para cumprir três funções principais: proteger, transportar e comunicar.

No Egito Antigo, a devoção aos faraós antecipava uma técnica revolucionária de preservação da matéria: o Sarcófago é a primeira embalagem multicamadas que se tem registro. Era produzido com lâminas de papiro e linho, em seguida submetido aos processos de molde, pintura e verniz. Essa combinação de materiais tornou possível preservar o corpo humano do rápido processo de decomposição.

Séculos depois na Europa o barril de madeira foi peça fundamental no desenvolvimento das grandes navegações.

Criada no tempo do império Romano essa embalagem teve seu auge na era dos descobrimentos.

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

Neste recipiente inviolável viajavam água potável, o vinho, a farinha, a carne salgada e muitos outros insumos que abasteciam às tripulações nessas longas viagens.

Surgia um novo mundo. Aqui entra o Brasil, a colônia de dimensões continentais da coroa portuguesa.

Quando começou o ciclo da cana, a exportação do açúcar e da cachaça, elas precisaram de embalagem. A cachaça naturalmente ia no barril e o açúcar era exportado em caixa de madeira. E em Portugal, essa madeira que chegava lá, era aproveitada. Tanto que surgiu um estilo e móvel feito com as caixas de madeira; são os móveis de caixa.

No Brasil colonial, você tinha as fazendas. Você tem aquela profissão do tanoeiro, que fazem as barricas, ou faziam as tinas, para que se pudessem transportar produtos normalmente agrícolas, que era o que se tinha na época.

Enquanto os produtos das colônias abasteciam a Europa, as tensões entre as potências do velho continente aumentavam.

Em 1803 iniciam-se as guerras napoleônicas, conflito que envolveu quase a totalidade das nações europeias, mas que também trouxe importantes avanços nas técnicas de embalagem.

As incontáveis mortes por falta de mantimentos no fronte, levaram o líder francês Napoleão Bonaparte a lançar um concurso: o desafio era criar um método para a preservação de alimentos.

Em 1810 o confeitoiro François Appert cria uma técnica simples mas muito eficaz. A comida era fervida por 3 horas já dentro de um frasco de vidro hermeticamente fechado. Dessa forma era possível transportá-la por longas distâncias sem que estragasse.

Foi assim que em 1815, na batalha de Waterloo, estrearam as conservas de comida processada. Não impediram contudo a derrota francesa.

No mesmo ano em que Appert criava seu método de conservação de alimentos o Rei da Inglaterra George III concedia a patente da lata de aço a Peter Durand. Os produtos agora podiam chegar a qualquer lugar e sua vida útil prolongada possibilitava a redução do desperdício.

E as primeiras latas foram as latas de sardinha que permitiram que o peixe fosse consumido bem longe do mar.

A partir do momento que você descobre um jeito de preservar alimentos, isso é um marco. A partir daí, desde que você conheça como seu produto se estraga, desde que você conheça os mecanismos de preservar esse produto, a linha central é a mesma: eu sei como estraga, eu sei como proteger. Quem protege? A embalagem e é um meio que está ali atrás ou um processo qualquer de tratamento desse produto.

Ou seja, as minhas necessidades aumentam. "Nossa estou vendo uma coisa que tem no Japão, como é que faz para trazer isso ali pra cá?"

Em 1808, a corte portuguesa chega ao Brasil fugindo do cerco instaurado por Napoleão. A colônia ganha status de capital do império. Os primeiros decretos do Rei Dom João VI determinavam a abertura dos portos e revogavam a proibição de fabricar produtos manufaturados, importa ao país anteriormente.

Assim em 1810 era fundada em Salvador uma fábrica de garrafas e garrafões dando início a uma incipiente indústria de embalagens. A reboque também é implementada a "Impressão Régia". Com a expansão mercantil, era necessária a identificação de mercadorias produzidas por aqui. Um

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

sistema rudimentar de impressão com pedaços de madeira foi por muito tempo aplicado às embalagens em processo artesanal.

Enquanto isso na Europa o inglês George Baxter aperfeiçoava o processo de litografia, tornando economicamente viável a reprodução em grande escala de imagens coloridas.

A qualidade de impressão então ganhou um caráter artístico muito elevado, porque os pontos são randômicos, não são mecânicos então ele dá uma textura como parecida com a de quadro de pintura e pelo fato do artista trabalhar diretamente desenhando encima da matriz, com lápis, isso permitiu e atraiu artistas de renome a contribuir para o embelezamento das embalagens. A indústria percebeu que isso era um chamariz de venda fabuloso.

Por exemplo o Mouton Rothschild, aquele vinho clássico francês, todo ano, o rótulo era desenhado por um artista de renome: Picasso, Chagal, Matisse, Andy Warhol e outros do mesmo quilate.

### REFIRMANDO SEUS VÍNCULOS COM A TERRA, AS IMENSAS PLANTAÇÕES DE SÃO PAULO E DO PARANÁ, A TRADICIONAL FONTE DE RIQUEZAS QUE DESENCADEOU O PROGRESSO BRASILEIRO...

No Brasil, um dos grandes momentos de necessidade de embalagem é a produção do café. E no começo era tudo uma confusão, cada um fazia um saco de um tamanho. Quando chega a hora de exportar é necessário homogeneizar isso, então os sacos passam a ter 60 kg, a serem todos do mesmo tamanho, a terem o timbre do fabricante e dá origem digamos a uma das primeiras indústrias de embalagem no Brasil.

O século XX chega e com ele a imigração europeia. Entre 1870 e 1900 a população da cidade de São Paulo, por exemplo, pula de 31 para 240.000.

Começa a produzir graxa, macarrão, sapatos... A sociedade começa a ter uma necessidade de produtos que você precisa embalar para fazer chegar.

Nesse frenético processo, o italiano Francesco Matarazzo em pouco tempo torna-se o maior industrial da América Latina e logo percebe a importância estratégica das embalagens.

O Matarazzo por exemplo se instala no Brasil para produzir banha.

Não existia óleo para a preparação da comida, óleo comestível. A comida era preparada com banha.

A grande sacada do Matarazzo quando ele começa a vida, foi essa: bom, a banha precisa chegar em vários lugares...

Então a indústria Matarazzo começou a produzir lata no Brasil para justamente embalar a banha de porco.

Nesse início você tem as próprias indústrias produzindo as embalagens que eram necessárias para seus produtos.

Outra coisa que foi bastante usada no Brasil e ainda é usada em toda parte, é o embrulho. Então, o embrulho é feito de papel amarrado com barbante.

O embrulho, muito presente na paisagem urbana daquele começo e século, impulsionava a indústria papeleira; a banha as embalagens metálicas; o café e outros grãos demandavam uma produção de sacarias cada vez mais eficiente e o leite e as cervejas, agora produzidas no Brasil, faziam florescer grandes fábricas de garrafas de vidro como a Santa Marina e a Cisper.

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

O país criava finalmente uma indústria de embalagens, embora em alguns momentos nossa produção se revelasse um pouco artesanal.

Se usou muito tempo a expressão 'Marca Barbante', para se referir a produtos de baixa qualidade. Essa expressão Marca Barbante, ela veio das primeiras cervejas envasadas no Brasil, que por não ter um fechamento adequado, não ter uma estrutura, o pessoal amarrava a rolha com barbante, porque era comum a rolha da cerveja saltar.

Na década de 20 após a 1ª guerra mundial, o Brasil se torna um interessante destino para as multinacionais americanas e europeias. Marcas como Nestlé, Unilever e Kolynos iniciam operação no país, trazendo consigo as campanhas publicitárias e introduzindo novos hábitos de consumo.

Eles não falavam para comprar o produto, por exemplo os anúncios de creme dental, ele explicava porque que era importante escovar os dentes. Então hoje o Brasil é o segundo maior mercado de creme dental.

Faziam anúncios de sabonete que explicavam que o banho era importante que as estrelas de cinema usavam aquele sabonete. E o Brasil é o segundo maior mercado mundial de sabonete.

A pesar da atuação das empresas estrangeiras o país ainda não tinha uma indústria de base consolidada e dependia muito das importações tanto de produtos como de suas embalagens.

A mudança veio com a 2ª guerra mundial em '39. Com as grandes potências imersas no conflito, Getúlio Vargas viu a possibilidade de iniciar uma verdadeira revolução industrial tupiniquim. Em um curto espaço de tempo foram criadas a Fábrica Nacional de Motores, a Companhia Siderúrgica Nacional Vale do Rio Doce e Companhia Nacional de Alcares.

A produção de boa parte das matérias primas passa a ser feita no país, impulsionando o desenvolvimento de indústrias de embalagens como a recém criada Toga.

Suas caixas, sachês e embrulhos entraram nas casas dos brasileiros por meio de uma infinidade de produtos. Muitos deles populares até os dias de hoje.

Com a industrialização, as cidades passam a receber massas de trabalhadores.

Se criou um mercado urbano.

As pessoas trabalhando nas indústrias, como operários, recebendo salário, eles deixaram de ter uma série de afazeres domésticos, ficaram sem tempo para fazer o que eles faziam em casa e passaram a ter renda para consumir.

Há necessidade de aumentar a produção de produtos industrializados e adequadamente embalados, para que consiga abastecer à sociedade.

A guerra trouxe o conceito de sociedade afluyente, então muitas pessoas acumularam riqueza, não usufruíram, guardaram essa riqueza e a guerra fez com que eles perdessem tudo.

Então esse conceito de um consumo que transcende a sobrevivência, ou seja, agora eu vou aproveitar a vida, comprar os produtos que eu creio vão me dar satisfação, que vão me dar a autorrealização, passou a ser uma coisa recorrente.

Isso fez com que as empresas também fossem desafiadas a criar na embalagem um diferencial competitivo, um diferencial para agregar valor a esse produto a ser comprado.

Em 1953, já no segundo mandato de Getúlio Vargas, é criada a Petrobras viabilizando de uma vez por todas a diversificação da produção de embalagens.

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

Começou um desenvolvimento de materiais plásticos que tiveram suas propriedades melhoradas e com potencial de aplicação para embalagem. E depois a combinação desses materiais plásticos, com a folha de alumínio ou com papel, fazendo estruturas compostas, que a gente chama Estruturas Multicamadas, onde aí eu faço um casamento dessas propriedades especiais.

Aplicando a técnica de Multi Camadas, aquela que os antigos egípcios já usavam em seus sarcófagos milhares de anos antes, a indústria consegue produzir embalagens mais sofisticadas. Agora é possível combinar as propriedades de materiais como plástico papel e alumínio.

Cada vez mais eu tenho mais opções e eu posso escolher uma opção mais adequada.

À medida em que os centros urbanos vão crescendo, a forma das pessoas fazerem compras também sofre uma radical transformação.

O comércio se fortalecia com o advento de um novo fenômeno que é a substituição do empório, da vendinha, do armazém pelo auto serviço, pelo Supermercado.

O Supermercado não foi planejado. Quando teve a crise de 1930 nos Estados Unidos os comerciantes foram obrigados a dispensar os seus vendedores e eles recebiam os clientes e diziam “Olha, vocês escolham os produtos e no final passa aqui no caixa que você vai pagar”

Antes do advento dos Supermercados, a embalagem estava atrás do balcão, muitas vezes fora da vista do consumidor, era o vendeiro como dizíamos, era o merceeiro que pegava o pacote ou a latinha e entregava.

UM PACOTE DE MAIZENA. POIS NÃO!

O fenômeno de Supermercado no Brasil começou na década de 50’.

A figura do vendedor foi retirada, tirou o balcão. E a embalagem teve que incorporar a função do vendedor passando a se comunicar diretamente com o consumidor o que levou à embalagem a se tornar uma ferramenta de marketing.

PORQUE VOCÊ SE DIZ A MAIS GOSTOSA?! NÃO SOU EU QUE DIGO! É TODO MUNDO!

Além da tecnologia que é evolutiva, o fato mais relevante da história da embalagem foi o nascimento do Supermercado, que fez com que a embalagem assumisse o papel do vendedor. Inclusive tem uma expressão antiga que a embalagem é um vendedor silencioso.

Tudo o que o vendedor faz na argumentação ela tem que fazer no olho. Eu chamo inclusive à venda do supermercado a Venda Visual.

Algum maluco já mediu que a velocidade do olho na prateleira chega a 100 Km por hora. Como é que faz para você atrair o olho para a sua?

A guerra fria dividiu o mundo entre países capitalistas e socialistas. Nessa disputa geopolítica, os Estados Unidos passam a exercer forte influência no Brasil e em toda América Latina.

A disseminação da “American Way of Life”. O cinema americano, os discos da RCA Victor, o cigarro Marlboro, o “Hamburger”, a Coca Cola, passaram a ser ícones que por meio da embalagem da apresentação do produto os americanos começaram a disseminar no mundo inteiro.

Algumas de essas embalagens se mantêm praticamente iguais até hoje. São signos facilmente reconhecíveis para boa parte das pessoas no Brasil e mesmo no mundo.

O consumidor não separa a embalagem do produto. Para ele tudo é uma coisa só, então o que mostra a importância da embalagem na relação, na criação de vínculo das pessoas com os produtos e com as marcas.

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

A embalagem é uma expressão da alma do produto. Então muitas vezes o produto fisicamente é um pozinho branco, né, ou é um pozinho colorido mas o que você consome no final é um suco de cereja gelado com gelo num copo, é um bolo em que aquele pozinho branco participa da formulação...

A grande maioria dos produtos, se você não tem a embalagem adequada o produto simplesmente não existe. Eu usava muito o exemplo do detergente em pó, você o tira da caixa e não é nada.

O produto final que será consumido ele não é automaticamente aquilo que está dentro da embalagem, mas sim o que aquilo tudo significa.

A embalagem é tão potente que ela vence o produto. O produto passa a ser a embalagem.

No início dos anos 70' no Brasil, já existiam mais pessoas morando nas cidades do que no campo. A demanda por embalagens industrializadas acompanhava esse crescimento frenético dos centros urbanos.

Longe dali, nos mercados populares do interior do país no entanto, ainda era possível encontrar as embalagens artesanais. Aquelas produzidas com o que se tem à mão e forjadas pela criatividade.

Da cestaria indígena, passando por técnicas trazidas pelos negros africanos até os dias de hoje onde em alguns lugares ainda é possível encontrar exemplo da cultura popular nas embalagens.

Em Belém, a beira da Baía do Guajará recebe os barcos lotados de paneiros carregados de açaí, de frutas e que vem recobertos com folhas de caeté para proteção da umidade, de transporte mais o tempo de venda ali no varejo, da mesma maneira os peixes, a carne.

O brasileiro sempre soube adaptar e se virar, a gente vê muito isso em feira livre, em mercados populares. As embalagens dos produtos de marcas, os produtos principais, as embalagens são reaproveitadas.

Já na região do centro oeste a pamonha, o produto, é cozido embalado popularmente em palha de milho porque é uma região tradicionalmente produtora de milho.

A embalagem, ela é uma expressão material da cultura de um país. No Brasil tinha até há pouco tempo um jarro de barro de melado de cana, tradicional do tempo do engenho. A cachaça por exemplo, aquela Ypióca que usa a palhinha transada que essa palhinha vem da cultura indígena do país.

Cultura essa tão presente no norte do Brasil que o formato da Arena da Amazônia em Manaus, faz alusão a um grande paneiro de origem indígena, uma das embalagens mais tradicionais do nosso país.

Nos anos 70' porém, a ordem era olhar para o futuro. Na cidade de Campinas no estado de São Paulo, um grupo de estudos pela primeira vez passava a pesquisar exclusivamente novas tecnologias para as embalagens.

O Centro de Tecnologia de Embalagem foi criado com o objetivo de otimizar o desempenho da embalagem, tendo em vista a proteção do produto.

E esse estilo de centro de pesquisa que envolve todos os materiais de embalagem ele é quase único.

Nós criamos, considerado pelas Nações Unidas, o maior e melhor, mais bem sucedido projeto de embalagem no mundo.

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

Paralelamente ao desenvolvimento tecnológico, as estratégias de comunicação ligadas às embalagens foram aos poucos se aprimorando.

Cerca de 75% dos produtos que estão no autosserviço, não têm verba para fazer comunicação formal: televisão, rádio, jornal. Não têm nenhum tipo de comunicação a não ser... a embalagem.

Quem fala pro consumidor o que é que é esse produto, quais os seus benefícios, quais as suas vantagens, porque que o consumidor tem que pagar por aquele produto e levar ele para casa, é a embalagem.

E muitas vezes são ali quatro centímetros quadrados de um rótulo que têm que expressar tudo o que é aquele produto.

Existem mais de 50 ações de marketing que podem ser feitas utilizando a embalagem como suporte.

É um consumidor e um espaço. Nesse espaço a embalagem tem que se fazer vender.

É o que a gente fala, que a embalagem é um comercial relâmpago. Ela tem que te atrair no momento em que você está passando por ali.

Criar consciência da necessidade, chamar a atenção num produto, criar interesse, informar sobre o produto, criar identificação, expectativa em relação ao uso, desejo, preferência porque existem seus concorrentes, decisão de compra, ação de compra, satisfação, interação, fidelização e boca-a-boca.

A embalagem, praticamente ela tem que fazer tudo isso!

...GALINHA COM TOMATE... MAIS COR E SABOR AOS SEUS PRATOS!

Então ela passa a ter uma função promocional e uma função de produção de sentido

Você tem que olhar para essa embalagem e se ver refletida nela. No formato que ela tem, na cor que ela tem, no tipo de material do que ela é feita.

...MUDOU DE EMBALAGEM, ELA FICOU MUITO MAIS BONITA, ELEGANTE. A FINAL O LEITE QUE DEIXA VOCÊ EM FORMA TEM QUE ESTAR SEMPRE EM FORMA...

Tem que ter uma conexão de sentido, um vínculo imediato. E por quê imediato? Porque eu tenho uma competição gigantesca.

EVERY WEEK FROM 50 TO A 100 NEW PRODUCTS ARE LAUNCHED IN MANY STORES. AND NEW PRODUCTS HAS TWO WEEKS TO PROVES ITSELF. IF IT ISN'T WHAT THE CUSTOMERS WANTS, OUT IT GOES, IF IT DOESN'T SELL, OUT IT GOES, IF IT CANNOT GIVE SOME VALUE AGAINTS COMPETITION, OUT IT GOES. ONLY THE BEST CAN SURVIVE AND ONLY YOU, THE CUSTOMER, CAN MAKE THE FINAL DECISION.

Como é que se prende o olho, como é que se gera o impulso, como é que quando você olha uma embalagem ela desperta a glândulas salivares para estimular o apetite e que leva você a tomar decisão em 4 segundos pelo menos. Então, o design é que faz isso!

Então quando as pessoas levam para casa a embalagem e é uma coisa super familiar, tem alguém atrás disso fazendo com que isso tenha o maior nível de atração para você.

A cor é o que mais rápido chega no subconsciente e ela provoca um efeito de atrair ou afastar.

O único creme dental amarelo do Brasil era Kolynos, todos os outros eram branquinhos, branquinho e azul, branquinho e vermelho. E Kolynos quando foi comprada, o CADE proibiu a

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

marca Kolynos por uma questão concorrencial. O que eles fizeram, licenciaram a marca Sorriso mantiveram a caixinha amarela, escreveram Sorriso em verde e as vendas até subiram. Não estava mais escrito Kolynos, mas todos os elementos identitários, cromáticos, estavam presentes. Daí que o CADE percebeu a força da cor.

Por exemplo, embalagem de salgadinho elas sempre vinham naquela tinta brilhante, embalagem brilhante e tal e quando se começou a introduzir salgadinhos um pouco mais naturais, aí começou a se dar um valor mais adulto para aqueles salgadinhos e começou a se usar essa coisa da impressão fosca da embalagem. Então você começa a ter a experimentação não só visual, mas tátil também.

Trabalhar formatos mais orgânicos, materiais com textura. Tornar a embalagem muito mais próxima do que é um corpo.

A embalagem de Veja, é uma pessoa com carinha vermelha, não é?. Esse é um processo de fetichização. Então é como se você estivesse aportando vida a um objeto inanimado. E porque isso é interessante? Porque constrói vínculos com as pessoas.

Criar uma relação mais duradoura, não uma relação efêmera de compra e venda do produto.

É A JARRA NESCAFÉ BONITA, BONITA!, A ALÇA VEM NO VIDRO DE NESCAFÉ. PEGUE A SUA ALÇA NO SUPERMERCADO E FAÇA A JARRA NESCAFÉ!

O profissionais de marketing e designers brasileiros finalmente descobriram todo o potencial de vendas das embalagens.

A gente tem estudos de projetos onde somente com o lance de embalagem, sem nenhuma outra campanha cresceu a venda do produto 40%.

Ela tem que cumprir desempenhos de proteção, manuseio, transporte, empilhamento, armazenamento, tem que ficar bem na mão das pessoas, na prateleira, na porta de uma geladeira, no seu armário do banheiro. Ter equilíbrio, ter resistência, permitir rotulagem.

A embalagem que nos encontramos no mercado é o resultado da ação de uma cadeia extremamente complexa e multidisciplinar que envolve um conjunto de atividades especializadas muito grande e o design ele é o componente integrador de todo esse processo.

Esses profissionais, no entanto, enfrentaram mais um grande desafio no início dos anos 90'. Com o processo de abertura econômica uma série de produtos vindos do exterior inundou as prateleiras do país. Muitos deles vinham em embalagens nunca vistas por aqui antes.

E a partir do momento que se abriu o mercado para os produtos importados e esses produtos importados começaram a chegar e o consumidor começou a ter acesso a produtos que vinham em embalagens com uma qualidade muito melhor em relação ao que a gente tinha no Brasil, as empresas aqui começaram a perceber a importância de você também entrar nessa briga de igual para igual.

No momento que abriu a importação vinha material de embalagem 50% mais barato lá de fora. Aí a embalagem começou a ser competitiva e cresceu enormemente em qualidade, porque ai você trazia polipropileno, poliéster, uma série de materiais que quase não existiam no Brasil.

A indústria de embalagens brasileira entra nos anos 2000 já entre as maiores e mais desenvolvidas do mundo. As fábricas com máquinas de alta precisão se tornaram capazes de produzir peças muito mais complexas e em enorme escala.

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

Por trás de todo o aparato tecnológico, no entanto, existe um lado das embalagens que vai muito além do racional.

FÓSFOROS! UMA LEGIÃO AO SEU SERVIÇO!.

Existem ligações afetivas que o consumidor estabelece com os produtos que ele gosta, com os produtos que estão relacionados à sua infância.

A embalagem poder ser esse elemento, esse gancho, que vai nos remeter a esse universo do passado, de quem eu fui, de quem eu sou, de onde eu vim.

Esses produtos fazem parte de um imaginário afetivo.

A embalagem de Catupiry, que é uma embalagem centenária, ela tem todo um traço afetivo porque muito tempo atrás as pessoas guardavam, principalmente as mulheres guardavam porque colocavam lá dentro coisas de costura, coisas de crochê. Então aquilo era a caixinha de surpresas de um processo criativo que ela ia fazer uma toalha, ia fazer um bordado.

A bala que a gente dava para a namorada no cinema, o bombom que a gente dava de presente, os produtos que a gente tomava no final de semana no almoço da família.

E que você pode resgatar hoje bem seja a partir de um meme cultural, da coleção de rótulos...

Feiras de antiguidades, artesanato, objetos de decoração, museus... hoje as embalagens resignificadas estão em toda parte. Mas foi a partir do movimento pop, nos anos 60', que os artistas passaram a se interessar em tê-las como matéria prima para seus próprios trabalhos.

Eu sempre gostei dos desenhos, dos logotipos, das figuras. Quando estava na faculdade de arquitetura eu tinha um professor de sociologia da arte e aí ele começou a me provocar. Que não era nosso papel apenas consumir o Leite Moça mas ali tinha um produto cultural que você podia reler e recolocar. E que nos produtos industrializados tinha muita matéria prima, que não necessariamente você precisava fazer um trabalho com um bloco de mármore que nem o Michelangelo fazia, com madeira. Você podia se apropriar de produtos industrializados e colocar o teu olhar.

Eu me interesso por coisas que pertencem a todos nós. As embalagens pertencem a todos nós: maços de cigarros daqueles que eu fumava, sacolas plásticas, tudo aquilo para mim era material com potencia, passível de se transformar em um corpo escultórico.

Quando aparece algum produto que me chama a atenção, eu trago para o atelier e faço uma convivência lúdica com ele e começo a reinterpretar. A colocar depois do contexto de artes plásticas. Tem a garrafa de Crush e eu modelei numa caixa de gesso, é o "Crush-fixo".

Esse aqui é o primeiro que eu me lembro. Eu peguei a embalagem de sonho de valsa, estiquei e fiz uma caixinha de madeira balsa com quatro lâmpadas que era um back light.

Esse aqui está quebrado mas é da década de 80', é "O óleo Maria a procura da salada". Tem um motor dentro da lata, um para ele andar e outro para girar o radar, e aí ele...

Elas resistem em nossos inconscientes coletivos, elas estão ali. Quando você vê aquela embalagem da Paçoca Amor, branca, vermelha e amarela você quer presentear o seu amor com uma paçoca, graças a essa embalagem tão sedutora, tão linda. O que é que paçoca tem a ver com Amor? Uma embalagem.

A primeira década do século XXI no Brasil é marcada pelo crescimento econômico e o aumento do poder aquisitivo de uma enorme parcela da população. A classe media ganha corpo e com ela novos padrões sociais se estabelecem.

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

A gente tem mudanças drásticas no perfil demográfico de quem são os consumidores brasileiros.

A inserção da mulher no mercado de trabalho e também nas decisões de compra.

A mulher quando vai trabalhar, ela muda as sua lista de compras porque ela deixa de estar em casa o dia inteiro e ela passa a ter necessidade de ter produtos que a ajudem na praticidade, a ajudem rapidamente a preparar as coisas.

*La mujer, cuando va a trabajar, cambia la lista de compras, ya que deja de estar en casa todo el día y ella pasa a tener la necesidad de productos que ayudan en la practicidad, ayudándola a preparar las cosas rápidamente.*

Pontos de venda já começam a oferecer produtos mais elaborados: no lugar do arroz um risoto.

Com outras tecnologias, de comprar uma embalagem ao abrir ela esquenta, ao abrir ela esfria...

Outro segmento que a gente precisa ficar atento e também as empresas já se deram conta é o que a gente chama dos Singles, pessoas que decidem morar sozinhas ou não constituir a família tradicional e isso significa o que você vai ter que ter porções bastante individuais, menores, adequadas a situações de cada consumidor. E sem desperdício.

Outro segmento muito importante é o segmento dos idosos ou da terceira idade que cada vez cresce mais no Brasil pela maior longevidade dos brasileiros.

O que que é a embalagem para o idoso? Ela tem que ser fácil de abrir, a letra tem de ser de tamanho diferente porque normalmente ele tem a visão já diminuída.

Para atender às necessidades de uma população cada vez mais heterogênea, as empresas precisaram apresentar novas soluções nas prateleiras. Mas o que acontece com as embalagens quando estas mesmas prateleiras perdem sua função?

Anos após ano as vendas no comércio eletrônico aumentaram vertiginosamente. Cada vez mais pessoas fazem suas compras sem precisarem ir à farmácia, à padaria ou ao supermercado. O grande palco das embalagens desde a década de 50'.

Certamente muitos produtos serão vendidos pela internet e por tanto não será a embalagem a fazer a mediação direta com o consumidor como ela faz no ponto de venda. Mas ela continuará a ter um papel importante nessas relações, porque é a embalagem que faz a entrega do produto o mundo físico a onde o consumidor vive.

Nesse contexto de aceleração da própria comunicação das informações, a minha expectativa de receber o produto aumenta, a importância da logística aumenta, a importância consequentemente da embalagem, que tem um papel preponderante na logística ela também aumenta.

Da chegada do produto numa embalagem entregue lá pelo correio, pela transportadora, todo esse passo a passo precisa ser cuidadosamente planejado para que esse contato, essa construção de marca, essa fidelização, engajamento a propostas seja tangibilizado. E quem faz isso?: a embalagem.

*Desde que llega el producto en un paquete entregado por correo, por la transportadora, todo este paso a paso debe ser cuidadosamente planificado para que el contacto, esta construcción de marca, esta lealtad, las propuestas de compromiso se hagan tangibles. ¿Y quién es hace esto?: el embalaje.*

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

A embalagem ela dá a força é no seu dia a dia, quer dizer, quando você abre a geladeira se for tudo um cartonado sem identificação você acaba primeiro nem identificado o que seria então tem um papel de comunicação funcional.

E outro ponto que é muito importante é empresas que já estão fazendo a conexão da embalagem com a internet, além do famoso “visite nosso site www”... qualquer coisa.

Você pode estampar um QR Code e fazer com que o consumidor faça uma leitura...

Com o prolongamento dessa comunicação e dessa experiência que a marca quer construir para o consumidor.

Utilizar a embalagem para fazer uma foto, para brincar com seu amigo e aquilo passa a ser uma coisa que mantenha a comunicação e a relação dos consumidores com as marcas.

A pesar de todos os avanços tecnológicos nossa sociedade ainda tem um enorme desafio para resolver. O que fazer com as embalagens após o seu consumo?

Até aqui, nós podemos ser caracterizados como uma sociedade do “jogar fora”, em função de uma economia caracterizada como linear, ou seja, a gente extrai, transforma, consome e joga. Joga para dentro, evidentemente, sem se dar conta.

Quando você vai e compra um produto, você não compra a embalagem, você compra o produto. Por tanto, depois de você usar o produto a embalagem fica.

A humanidade toda está percebendo que se nós não paramos com nosso consumo desenfreado, se nós não paramos de jogar as coisas desenfreadamente no lixo, em qualquer lugar, vai acontecer alguma coisa. É impossível a natureza ficar quieta com esse tipo de coisa.

A natureza não tem condição de dar conta dos resíduos dos humanos, então a gente tem que destinar adequadamente.

Então uma embalagem que está boiando no Rio Tietê o que está ocupando um espaço num lixão ou na rua, ela está lá... ela não chegou lá sozinha, ela está lá porque alguém não deu a destinação correta para ela.

Tem a questão do desperdício dos recursos, se usa petróleo, se usa minerais, não é inteligente. A gente quer criar uma sociedade de consumo cíclica em que os materiais são reutilizados.

O cálculo feito pelo instituto de pesquisas econômicas aplicadas num trabalho de 2012 é que anualmente o Brasil joga fora, sem considerar os resíduos orgânicos só considerando lixo seco, oito bilhões de reais.

Nosso desafio maior, da civilização contemporânea é fazer uma sociedade saudável do ponto de vista do uso de seus recursos materiais, energéticos e bióticos antes de tudo. Uma sociedade que seja capaz de fazer emergir uma economia regenerativa, que consiga recuperar os danos decorrentes do consumo.

Esse processo é um processo que envolve os dois lados: na medida em que de um lado o consumidor está sendo educado para uma nova forma de consumir, do outro lado a produção está buscando encontrar formas alternativas de suprir o mesmo bem estar. Mas mais do que isso, ela está se dirigindo ao consumidor para educá-lo que existem formas melhores aonde o impacto negativo é mais baixo e o impacto positivo é mais alto.

Em 2010 foi instituída a Política Nacional De Resíduos Sólidos, que tem por objetivo revolucionar a forma em que o país trata seu lixo. A Lei estabelece obrigações para os governos, as indústrias e a população. O primeiro passo é a extinção dos lixões e a substituição por aterros sanitários. A

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

principal transformação no entanto é fazer com que apenas uma pequena parte de nosso descarte vá para esses aterros. A imensa maioria daquilo que chamamos de lixo deve voltar novamente para a economia.

O desafio é: Um, encontrar embalagens que possam ser reutilizadas, o que nem sempre é possível em função de contaminação. Dois, quando isso não for possível, recolher e reciclar. E a terceira obrigação, em última análise, é dar uma destinação correta ao que não for passível de recolhimento e de reciclagem.

A produção é concentrada em algumas indústrias que depois têm uma rede de distribuição muito capilarizada para distribuir. E depois cada um leva para sua casa. No momento de reciclar, temos que pegar esses materiais que foram espalhados na casa de cada um, de milhões ou centenas de milhões de consumidores e levar isso de volta para a indústria que vai fazer a reciclagem.

A embalagem que tiver esse caminho de volta, ou seja essa logística reversa mais bem elaborada dentro de todas as etapas, a embalagem que tiver o seu custo melhor diluído em tudo isso e tiver o melhor custo nessa reciclagem, ela vai ter uma vantagem econômica no final.

E que inclusive organiza o sistema de informação ao consumidor sobre como ele deve proceder com relação à logística reversa.

No Brasil tem mais de 600.000 pessoas que vivem da reciclagem de embalagem e hoje 97.8% das latinhas são recicladas no Brasil.

É o segundo maior reciclador de embalagem PET do mundo.

100% das embalagens de agrotóxicos são recicladas.

Os catadores, eles querem ser reconhecidos como profissionais da reciclagem. Nós pegamos todos esses materiais após consumo que poderiam estar indo para o aterro sanitário, indo para outros lugares e colocando isso na cadeia produtiva de forma correta, etc, etc. Então a educação ambiental para nós ela é fundamental nesse processo. Não dá para fazer coleta seletiva sem catadores e sem educação ambiental.

Reciclar é uma coisa que todo mundo se sente muito bem de fazer. Se houver informação adequada, as pessoas vão fazer!

A questão das embalagens por tanto é mais complexa do que parece. Se por um lado ainda precisamos avançar muito para garantir que não vamos entulhar nosso planeta com recipientes vazios, por outro, temos que desenvolver cada vez mais embalagens eficientes e entender que elas exercem importantes funções sociais e ambientais em nossa sociedade.

É claro que embalagem demais ninguém precisa. A gente tem que trabalhar na otimização, mas o que o consumidor não vê é que, sem aquela embalagem, eu teria uma perda muito grande na distribuição e o custo ambiental de toda essa cadeia que eu perdi é muito grande.

Então, quando a embalagem é eficaz ela protege o produto e esse produto vai alimentar alguém, a embalagem cumpriu sua função, que não foi só proteger aquele produto, mas foi evitar que eu perca todo o investimento do ciclo de vida da produção daquele produto.

Se hoje a gente desperdiça 1/3 do alimento que a gente compra, qual que é o impacto disso? Tem um número dos Estados Unidos que lá a agricultura de alimentos consome 120 trilhões de litros de água por ano. Tira esses 120 trilhões de litros de água, para produzir alimento, para movimentar ao longo da cadeia, para jogar 1/3 fora na ponta. Você está jogando 40 trilhões de litros de água fora, que você tirou de um rio, processou, colocou energia, só para jogar fora! Qual

## TRANSCRIÇÃO: EMBALAGEM

é que é uma forma muito boa de economizar água? Não jogado comida fora. Como a gente não joga comida fora? Fazendo embalagens adequadas.

Quando a gente olha a embalagem do futuro, ela é a que vai permitir a vida na sociedade que a gente precisa, minimizando o impacto das cadeias, permitindo uma eficiência total na redução total de desperdício e que no final da vida dela se transforme em recurso para alguma coisa. Ninguém precisa esperar por isso. Porque o Brasil tem uma cadeia de embalagem altamente desenvolvida. A gente tem aqui o melhor de cada material. É usar esses materiais com essa visão para construir a embalagem do futuro.

Cada vez mais, a gente tem que fazer esse potencial ser entendido e aplicado.

Embalagem sempre esteve ligada ao desenvolvimento do Brasil e à sociedade brasileira. Ela está presente na música, ela está presente na cultura, ela está ligada ao modo de vida do país.

As histórias se confundem: a história da embalagem e a história da humanidade são muito parecidas. Tudo o que eu quero é ter alimento, vacina, ter medicamento disponíveis para mim quando eu precisar deles.